

ZATWIERDZAM

Wt. Gt. w Komisji



**PROGRAM DZIAŁANIA I ROZWOJU  
WOJSKOWEGO INSTYTUTU WYDAWNICZEGO  
W WARSZAWIE**

**Ewa KORSAK**

A handwritten signature in blue ink, appearing to read "Ewa Korsak".

Warszawa, styczeń 2025 roku

Wojskowy Instytut Wydawniczy to instytucja kultury, której najważniejszym zadaniem, ujętym w statucie, jest **upowszechnianie wiedzy na temat Sił Zbrojnych Rzeczypospolitej Polskiej oraz popularyzowanie kultury, tradycji i dziejów oręża polskiego**, poprzez prowadzenie działalności wydawniczej. Zajmujemy się kreowaniem dobrego wizerunku Sił Zbrojnych, który chcemy prezentować młodym ludziom rozważającym wybór wojska jako ścieżki zawodowej. **Nasze wydawnictwa skierowane są również do będących już w służbie żołnierzy**. Tworzymy dla nich treści tekstowe i video związane z tym, czym na co dzień żyje armia, ale też z decyzjami i programami Ministerstwa Obrony Narodowej – słowem piszemy i mówimy o wszystkim, co dotyczy ich służby. Naszą misją jest budowanie dobrego wizerunku armii również wśród samych żołnierzy, tak by mieli poczucie, że ich służba jest niezwykle ważna, a zadania, które wykonują są istotne dla każdego Polaka. Wierzę, że wydawnictwa WIW zachęcą żołnierzy do pozostania w służbie.

Aby można było skutecznie ten cel realizować, Wojskowy Instytut Wydawniczy powinien oprzeć się na nowoczesnych środkach przekazu, a publikacje muszą dotyczyć najciekawszych wojskowych tematów. Jestem przekonana, że zespół redakcyjny Wojskowego Instytutu Wydawniczego ma niezbędną wiedzę, by właśnie w taki sposób realizować misję instytucji.

## WYDAWNICTWA WOJSKOWEGO INSTYTUTU WYDAWNICZEGO

### 1. MIESIĘCZNIK „POLSKA ZBROJNA”

Miesięcznik „Polska Zbrojna” ma charakter **pisma ekskluzywnego** i ten styl wydawnictwa pragnę utrzymać. W magazynie publikowane są poszerzone analizy dotyczące geopolityki i bezpieczeństwa krajowego i światowego. Na łamach pisma prezentujemy wywiady z przedstawicielami wojska, polityki oraz z ekspertami z zakresu obronności, nowych technologii, sprzętu wojskowego czy sportu. Miesięcznik jest również miejscem, w którym dziennikarze we współpracy z ekspertami m.in. Ministerstwa Obrony Narodowej opisują i wyjaśniają przepisy prawne dotyczące służby. **Dziennikarze zajmują się również programami MON, jak Karta Rodziny Wojskowej czy Edukacja z Wojskiem.**

**Zmiany, które zaproponowałam w miesięczniku Polska Zbrojna już się rozpoczęły.** Pierwszy w 2025 roku numer magazynu prezentowany jest w **nowym layoucie**, który został zaprojektowany zgodnie z nowoczesnymi trendami wydawniczymi. Nowa szata graficzna, nasycenie mocnymi kolorami, atrakcyjne i odpowiednio kadrowane zdjęcia mają zaciekawić dotychczasowych czytelników i co dla mnie szczególnie ważne – przyciągnąć nowe grono odbiorców. **Przez kolejne miesiące będziemy doskonalić ten format.**

Przygotowując nowy layout nie zapominam o tym co najważniejsze: tekstach najwyższej jakości. **Zamierzam odświeżyć tematykę poruszanych w gazecie tematów i zaprosić do współpracy nowych autorów.** Na łamach miesięcznika wypowiadać się będą ludzie, którzy są dla młodych czytelników autorytetami i cieszą się ogromną popularnością np. w mediach społecznościowych. Myślę tu np. o byłych żołnierzach. W styczniowym numerze miesięcznika publikowaliśmy już tekst mjr. rez. Wojciecha Zacharkowa „Zachara”, byłego żołnierza wojsk specjalnych, a dziś szkoleniowca i prowadzącego program „Siły Specjalne. Polska”. Do współpracy zaprosiłam także Pawła Mateńczuka „Navala”, pełnomocnika MON-u ds. warunków służby wojskowej, Arkadiusza Dembińskiego, byłego żołnierza JW GROM, i innych.



Na łamach miesięcznika pojawią się również teksty influencerów związanych z wojskiem, m.in. Damiana Łukasiewicza, autora bloga „Silent Heros”.

W miesięczniku będziemy prezentować **treści unikatowe**, do których inne media nie mają dostępu. I tak, np. **jeszcze w tym roku jeden z numerów zostanie poświęcony Jednostce Wojskowej GROM**, która będzie obchodziła 35-lecie istnienia. W planach są reportaże z selekcji do jednostki oraz szkoleń dla przyszłych operatorów.

W „Polsce Zbrojnej” pojawią się również **tematy związane z przemysłem zbrojeniowym – przede wszystkim z Polską Grupą Zbrojeniową**. Chcę prezentować rozwój produktów i usług prowadzonych przez spółki PGZ a także rozmawiać z ich przedstawicielami, tak by mieli możliwość przekazania niemal bezpośrednio żołnierzom, jakie produkty oferują wojsku.

Ponadto, ważne miejsce w miesięczniku zajmować będą **teksty dotyczące sportu**. Chcemy zachęcać do treningów i aktywnego trybu życia żołnierzy i kandydatów do służby. Do współpracy w tym zakresie zaprosimy m.in. znanych wojskowych sportowców, m.in. zrzeszonych w Centralnym Wojskowym Zespole Sportowym.

## 2. PORTAL POLSKA-ZBROJNA.PL

Nieco inną niż miesięcznik rolę w informowaniu i promowaniu Sił Zbrojnych odgrywa **portal polska-zbrojna.pl**. To medium, w którym prezentujemy informacje dotyczące przede wszystkim bieżących wydarzeń związanych z działalnością Ministerstwa Obrony Narodowej, podległych resortowi instytucji, dowództw i jednostek wojskowych, ale też modernizacji Wojska Polskiego.

Największym zainteresowaniem odbiorców cieszą się **artykuły dotyczące samych żołnierzy – ich wyposażenia, uzbrojenia, a także kwestie prawne**. Dlatego zamierzam położyć większy nacisk na tę tematykę, m.in. kontynuując serię publikacji dotyczących **ustawy o obronie ojczyzny**, gdzie eksperci resortu obrony narodowej odpowiadają na pytania żołnierzy, a także informować o działaniach MON na rzecz samych wojskowych takich jak zmiany w przepisach, **wprowadzenie Karty Rodziny Wojskowej czy wsparcia dla weteranów działań poza granicami państwa**.

Ważnym tematem, który regularnie będziemy poruszać na łamach portalu będzie program „**Tarcza Wschód**”. Planuję, by portal stał się platformą, która będzie relacjonować najważniejsze wydarzenia dotyczące **współpracy międzynarodowej MON**. Chcę też położyć większy nacisk na tematykę **współdziałania żołnierzy Wojska Polskiego z sojusznikami**.

Portal Polska-zbrojna.pl wymaga **modernizacji**. Obecnie są prowadzone prace nad budową nowej wersji portalu. Dotyczą one zarówno strony wizualnej, jak i systemu operacyjnego. Nowa strona ma przede wszystkim być przyjazna dla osób, które informacje czytają na telefonach komórkowych. Jestem przekonana, że musimy zadbać przede wszystkim o stronę mobilną portalu Polska-zbrojna.pl. Dziś jest ona nieczytelna i bardzo niewygodna w nawigacji. Na pewno na ten aspekt kładziemy akcent w pracach modernizacyjnych.

Niezmiernie ważne dla portalu Polska-zbrojna.pl będzie jego **pozycjonowanie** w wyszukiwarkach. Po modernizacji serwisu informacyjnego rozwiązanie tej kwestii będzie moim priorytetowym działaniem.

### 3. ZbrojnaTV

Najmłodsze wydawnictwo WIW-u to ZbrojnaTV – kanał w serwisie YouTube. W najbliższym czasie **zmienię jego nazwę na „Polska Zbrojna”**. Dzięki temu wszystkie wydawnictwa WIW-u znajdą się pod wspólną marką, a to zdecydowanie ułatwi naszym odbiorcom identyfikację oglądanych materiałów. Wraz ze zmianą nazwy zmieni się wizualizacja kanału. W najbliższych miesiącach **powstanie nowa oprawa graficzna filmów** (intro, outro, belki, logo).

Powoli będą się również zmieniały treści publikowane na kanale. Moim pomysłem jest, by zespoły redakcyjne najwięcej uwagi poświęciły temu, co dzieje się na poligonach i w jednostkach wojskowych. Chciałabym, by redakcja telewizyjna miała możliwość tworzenia **dłuższych form filmowych**, być może otworzy się przestrzeń na nagranie filmów dokumentalnych. Jestem przekonana, że możemy w tym zakresie konkurować z mediami ogólnopolskimi. Zespół ZbrojnejTV ma wiedzę, doświadczenie, relacje z żołnierzami oparte na wieloletniej współpracy i umiejętności wystarczające do tego, by rozwinąć kanał na wzór amerykańskiego Marines. Uważam, że to zdecydowanie



lepszą ścieżką rozwoju niż telewizyjne dziennikarstwo newsowe. Tu niestety nie mamy możliwości, aby konkurować z jakąkolwiek telewizją na rynku.

Kanał Polska Zbrojna na YT stanie się również przestrzenią do **rozmów z ekspertami na temat wojska i bezpieczeństwa**. Staną się one źródłem wiedzy nie tylko dla widzów, lecz także innych dziennikarzy, którzy będą z nich korzystać przy realizacji swoich materiałów. Współpraca z innymi mediami to dla nas kolejny kierunek rozwoju. Obecnie pracujemy nad umową dotyczącą **współpracy z TVP**, ale w przyszłości chcielibyśmy, by nasze materiały były wykorzystywane w materiałach innych telewizji. Ze względu na unikatowe materiały filmowe, którymi dysponujemy, jesteśmy cennym partnerem dla wydawców zainteresowanych tematyką wojskową. Kanał jest również doskonałym miejscem do tego, by firmy zbrojeniowe mogły zaprezentować sprzęt, który produkują. Moim celem jest nawiązanie **stałej współpracy z PGZ** w tym zakresie.

#### 4. „PRZEGLĄD SIŁ ZBROJNYCH”

„Przegląd Sił Zbrojnych” jest kwartalnikiem, w którym publikowane są eksperckie artykuły, często wykorzystywane w szkoleniu żołnierzy. W przyszłości teksty zawarte w „PSZ” będą **dostępne również online**. Wiem, że nie do wszystkich zainteresowanych dociera papierowe wydanie „PSZ”, dobrze opracowane **archiwum magazynu** będzie wygodnym rozwiązaniem tej niedogodności.

#### 5. „KWARTALNIK BELLONA”

„**Kwartalnik Bellona**” w mojej ocenie był do tej pory najbardziej zaniedbanym wydawnictwem WIW-u. Ukazujący się z dużym opóźnieniem, nie był ceniony jako miejsce, gdzie można publikować naukowe artykuły. Niewielka jest również liczba punktów, które naukowcy mogą uzyskać za publikację w „KB”. Moim celem jest przede wszystkim **regularne, terminowe wydawanie kwartalnika**. Już dziś na tym polu zaczynamy wracać na właściwe tory. Do końca roku nadrobimy powstałe zaległości i wprowadzimy regularność wydawniczą. Wraz z nowym redaktorem naczelnym „Bellony” chcemy również **zwiększyć liczbę punktów przyznawanych za publikowanie w kwartalniku**. W najbliższym czasie wyślemy do rektorów-komendantów wojskowych uczelni zaproszenia do publikowania w „KB” artykułów

dotyczących zmian w sztuce operacyjnej i taktyce. Chcemy również by Bellona stała się patronem medialnym konferencji naukowych organizowanych m.in. w Akademii Sztuki Wojennej. **Zmieni się również zaniedbana do tej pory szata graficzna „Kwartalnika Bellona”**, by był on bardziej przyjazny dla czytelnika.

## 6. „POLSKA ZBROJNA. HISTORIA”

„Polska Zbrojna. Historia” jest kwartalnikiem poświęconym historii polskiego oręża. To magazyn, którego każdy numer poświęcony jest innemu tematowi i tę formułę planuję utrzymać. **Ulegnie jednak zmianie sposób prezentacji tematów, bo zależy mi na tym, aby po magazyn sięgnęło młodsze pokolenie czytelników.** Do współpracy z magazynem chcemy zachęcić najmłodsze pokolenie historyków, a także ekspertów znanych z internetowych kanałów historycznych. Liczymy, że nazwiska znane uczniom czy studentom z internetu zachęcą ich do sięgnięcia po „Polską Zbrojną. Historia”.

Redakcja „PZH” jest również odpowiedzialna za tzw. **jednodniówki** – wydawnictwa specjalne tworzone z myślą o ważnych dla Wojska Polskiego rocznicach i świętach. Nie planujemy zmian w zakresie ich wydawania.

## PLANY WYDAWNICZE

### 1. REDAKCJA PODKASTOWA

Wyzwaniem na najbliższe lata będzie **stworzenie ministudia**, w którym dziennikarze będą mogli nagrywać podcasty dotyczące wojska. To jedna z najpopularniejszych dziś form przekazywania informacji i chcielibyśmy również w ten sposób popularyzować służbę wojskową. Obecnie **trwają procedury przetargowe związane z budową studia nagrań**. Przygotowane są również koncepcje związane z wyposażeniem go w niezbędny sprzęt rejestrujący.

### 2. WYDAWANIE ALBUMÓW ZDJĘCIOWYCH



Wojskowy Instytut Wydawniczy dysponuje dużą bazą zdjęć o tematyce wojskowej. Wiele z nich jest unikatowych. Chcę wykorzystać te zasoby i wydawać **albumy poświęcone jednostkom czy konkretnym działaniom Wojska Polskiego**. W tym roku chcę takie wydawnictwo poświęcić **JW GROM**, która obchodzi 35-lecie istnienia. Część egzemplarzy zostanie przeznaczona do sprzedaży, część trafi do operatorów GROM-u.

Rozwijanie powyższych wydawnictw bez wątpienia **będzie wymagało zwiększenia liczby zatrudnionych pracowników odpowiedzialnych za tworzenie treści** – dziennikarzy, operatorów kamer, specjalistów od dźwięku, redaktorów, osób odpowiedzialnych za emisję materiałów. Nie będzie to możliwe, jeśli oferowane wynagrodzenia nie będą konkurencyjne/porównywalne z tymi, które oferowane są w innych redakcjach.

## **PLANY DZIAŁAŃ WSPIERAJĄCYCH REDAKCJE WYDAWNICZE**

### 1. UTWORZENIE DZIAŁU SOCIAL MEDIA

Praca działów wydawniczych powinna zostać wsparta przez **dział zajmujący się social mediami**. W zespole muszą znaleźć się specjaliści, którzy zaplanują strategie promocyjne dla wszystkich naszych wydawnictw. Planuję, że dzięki dobrze prowadzonym działaniom działu SM będziemy w stanie dotrzeć do odbiorców pokolenia Z – osób potencjalnie zainteresowanych wojskowością i służbą w armii. **Nasze profile na portalach społecznościowych mają również przyciągać samych żołnierzy**. Dlatego planuję rozwinąć współpracę na polu SM z jednostkami wojskowymi oraz firmami zbrojeniowymi. Mam tu na myśli wspólne posty, konkursy, czy działania viralowe.

Ważną rolą dla działu SM będzie współpraca z instytucjami wojskowymi takimi jak **Centralny Wojskowy Zespół Sportowy**. Sportowcy służący w CWZS są osobami, które w rolkach, postach czy stories mogą opowiadać o służbie i promować ją. Ich obycie medialne i rozpoznawalność jest dużą wartością w budowaniu zasięgów, a co za tym idzie przekazywaniu informacji budujących dobry wizerunek wojska.



Z uwagi na dynamiczny rozwój platform społecznościowych konieczne jest oczywiście monitorowanie panującej na nich sytuacji i dostosowywanie do niej strategii SM. Bardzo ważna jest również obecność tam, gdzie znajdują się potencjalni odbiorcy, dlatego w przyszłości planuję, aby konta PZ pojawiały się również na innych platformach, które cieszą się dużą popularnością. W pierwszej kolejności będzie to **Tik Tok** oraz **BlueSky**.

## 2. TŁUMACZENIA NA JĘZYK ANGIELSKI

Chcę, aby wydawnictwa Wojskowego Instytutu Wydawniczego znalazły swoich odbiorców również wśród osób, które nie znają języka polskiego. Mam na myśli przede wszystkim **żołnierzy armii sojuszniczych, stacjonujących w Polsce**. Choć oczywiście nie tylko. Planuję, aby miesięcznik „Polska Zbrojna” być dostępny w **międzynarodowych instytucjach związanych z bezpieczeństwem, bazach natowskich i zagranicznych jednostkach wojskowych**. Z wydawnictwami online zdecydowanie łatwiej będzie dotrzeć poza granice Polski, ale muszą być one dostępne w języku angielskim. Dlatego już dziś pracujemy nad tłumaczeniami wybranych artykułów oraz tworzeniem angielskich napisów w filmach na kanale ZbrojnaTV. W niedalekiej przyszłości redakcja zajmie się również stworzeniem newslettera w języku polskim i angielskim, w którym będą zawarte najciekawsze materiały tekstowe i filmowe.

## 3. ARCHIWUM I BAZA MATERIAŁÓW

Wyzwaniem dla Wojskowego Instytutu Wydawniczego będzie stworzenie redakcyjnego archiwum, w którym będzie można gromadzić materiały zdjęciowe oraz filmowe. **Właściwe przechowywanie zasobów cyfrowych ma bardzo duże znaczenie w przygotowywaniu bieżących materiałów**.

Z każdym rokiem zasoby foto i wideo WIW-u zwiększają się, a zdecydowana większość z nich jest unikatowa i cenna dla wojska. Wojskowy Instytut Wydawniczy potrzebuje właściwej bazy – archiwum do ich przechowywania. W najbliższym czasie kupimy program, który pozwoli nam w odpowiedni sposób opisywać i segregować zdjęcia i filmy. Będzie to dopiero wstęp do zbudowania większego archiwum.

#### 4. ORGANIZACJA BUZDYGANÓW

**Buzdygany** to nagrody miesięcznika Polska Zbrojna przyznawane od ponad 30 lat. Moim zamiarem jest zbudowanie przekazu, że Buzdygan to nagroda, którą otrzymują tylko wyjątkowi ludzie. Ta świadomość może być budowana rok w rok poprzez wybór najlepszych kandydatów. Przy promocji Buzdyganów będą pracować również pracownicy działu marketingu. Już dziś **opracowywana jest nowa oferta dla sponsorów gali**, wraz z zespołem przygotowujemy również jej nową odsłonę wizualną. W przyszłości chcemy zmienić formułę przyznawania Buzdyganów. Jej nowy regulamin zostanie opracowany w tym roku.

#### PLANY ZWIĄZANE Z LOKALIZACJĄ WIW-u

Wojskowy Instytut Wydawniczy stoi przed wyzwaniem związanym ze **zmianą lokalizacji**. Dziś redakcja znajduje się w budynku przy Alejach Jerozolimskich 97, w przyszłości zostanie przeniesiona do kompleksu nr 8690 przy ulicy Batorego 6 w Warszawie. Rozwiąże to nasze problemy związane z pogłębiającym się **deficytem fizycznych miejsc pracy** m.in. dla dziennikarzy, którzy dziś pracują przede wszystkim zdalnie, a w redakcji pojawiają się na kolegiach redakcyjnych czy umówionych wcześniej spotkaniach. Pomieszczenie, w którym mogliby pracować jest niezbędne, by zachować styl pracy redakcyjnej. Ale nowa lokalizacja niesie również dobre rozwiązania dla pozostałych pracowników. Dziś redakcja nie posiada sali konferencyjnej, spotkania całej redakcji odbywają się najczęściej na korytarzu lub w gabinecie dyrektora Instytutu. W nowej lokalizacji Wojskowy Instytut wydawniczy będzie taką salą dysponował. **Plan nowej siedziby zakłada również istnienie studia nagrań wraz z pomieszczeniami reżyserskimi i montażowymi**. Redakcja będzie więc posiadać całe zaplecze do tworzenia materiałów studyjnych, a to z kolei będzie kamieniem milowym w rozwoju naszych zespołów dziennikarskich i operatorskich.

## **PODSUMOWANIE**

Wojskowy Instytut Wydawniczy to instytucja, która już dziś wydaje wysokiej jakości materiały dotyczące wojska. Zmiany, które musi przejść w najbliższym czasie to modernizacje ich nośników (portal) i zwiększenie możliwości produkcji (podkasty). Potrzebujemy również dobrej promocji naszych wydawnictw. Zrealizowanie wyżej omówionych założeń dotyczących rozwoju poszczególnych redakcji oraz działów wsparcia pozwolą „Polsce Zbrojnej” stać się platformą, która o wojsku opowiada zarówno żołnierzom, jak i tym, którzy z wojskiem chcieliby się związać w przyszłości.

Poniżej wykaz zmian wraz z datą ich realizacji ujęty w tabeli:

<b>Planowane działanie</b>	<b>Przybliżony termin realizacji</b>
Modernizacja portalu polska-zbrojna.pl	czerwiec 2025
Ostateczny layout Polski Zbrojnej (miesięcznik)	czerwiec 2025
Zmiana layoutu Kwartalnika Bellona	czerwiec 2025
Stworzenie mobilnej wersji portalu	lipiec 2025
Wypozycjonowanie portalu w wyszukiwarkach	lipiec 2025
Zmiana oprawy graficznej Polski Zbrojnej (kanał YT)	kwiecień 2025
Budowanie archiwum Przeglądu Sił Zbrojnych	do końca 2025
Zwiększenie punktów Kwartalnika Bellona	do końca 2026
Stworzenie studia podkastowego	styczeń 2026
Stworzenie działu social media	maj/czerwiec 2025
Stworzenie bazy/archiwum video i zdjęć	koniec 2026 roku
Opracowanie nowej formuły przyznawania Buzdyganów	grudzień 2025 roku



Zmiana lokalizacji WIW	2030
Praca nad pozyskaniem nowych pracowników do działu podkastowego	2026
Rozpoczęcie współpracy z PGZ i Ministerstwem Aktywów Państwowych	działania zaplanowane na cały rok 2025
Rozpoczęcie działań promocyjnych z CWZS (m.in. wspólne działania social mediowe)	działania zaplanowane na cały rok 2025
Tłumaczenie wydawnictw na język angielski/promocja międzynarodowa	luty 2025
Promowanie programów MON (Karta Rodziny Wojskowej, Edukacja z Wojskiem) – wydania specjalne jednodniówek	druga połowa 2025 roku (w zależności od decyzji MON)
Zatrudnienie dziennikarzy i operatorów kamer	Skompletowanie zespołu – grudzień 2025
Wydanie albumu ze zdjęciami JW GROM	Czerwiec 2025

*Akceptuję*

DYREKTOR  
CENTRUM OPERACYJNEGO  
MINISTRA OBRONY NARODOWEJ

Artur KOŁOSOWSKI